

| | | |
|--|-------------------------|---------------------------------|
| Modulbezeichnung | | Kurzbezeichnung |
| Marketing & Strategische Kommunikation | | o6-MK-MKW2-162-mo1 |
| Modulverantwortung | | anbietende Einrichtung |
| Inhaber/-in der Professur für Medien- und Wirtschaftskommunikation | | Institut Mensch-Computer-Medien |
| ECTS | Bewertungsart | zuvor bestandene Module |
| 10 | numerische Notenvergabe | -- |
| Moduldauer | Niveau | weitere Voraussetzungen |
| 1 Semester | grundständig | -- |
| Inhalte | | |
| Das Modul vermittelt grundständige Konzepte, Theorien und Befunde der Medienrezeptions- und Medienwirkungsforschung. Anhand von ausgewählten Bereichen massenmedialer Kommunikation (z.B. Sportkommunikation, Werbung, Musik, Film, politische Kommunikation) werden diese Grundlagen konkret aufgearbeitet, hinterfragt und somit vertieft. | | |
| Qualifikationsziele / Kompetenzen | | |
| Die Studierenden lernen, Medienwirkungen auf komplexe Ursachen und Prozesse zurückzuführen. Sie entwickeln einen systematischen und analytischen Blick auf Medienwirkungen und können Grundkonzepte und -theorien auf konkrete Medienangebote anwenden. | | |
| Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch) | | |
| V (2) + S (2) | | |
| Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich) | | |
| a) Klausur (ca. 100 Min.) oder b) mündliche Einzelprüfung (ca. 30 Min.) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch bonusfähig | | |
| Platzvergabe | | |
| -- | | |
| weitere Angaben | | |
| -- | | |
| Arbeitsaufwand | | |
| 300 h | | |
| Bezug zur LPO I | | |
| -- | | |
| Verwendung des Moduls in Studienfächern | | |
| Bachelor (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016) Bachelor (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018) | | |